

BAB II

KAJIAN TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Massa

1.1 Pengertian Komunikasi Massa

Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi massa. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya, terutama dalam hal menjangkau komunikan. Dengan adanya media modern memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi ke hampir seluruh pelosok dunia. Berikut akan dipaparkan beberapa pendapat mengenai komunikasi massa.

Dalam percakapan sehari-hari, orang-orang cenderung mengartikan komunikasi massa sama dengan alat atau benda fisik yang berfungsi sebagai media massa seperti radio, televisi, film, surat kabar, dan sebagainya. Padahal tidak demikian sebenarnya. Definisi sederhana lain komunikasi massa dikemukakan oleh Bittner (Ardianto: 2004:3), yaitu: komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan melalui media massa pada orang banyak yang berjumlah besar. Dari definisi yang dipaparkan dapat kita ketahui bahwa dalam media massa terdapat komunikasi massa untuk dijadikan sebuah pesan sebagai informasi yang disampaikan kepada orang banyak melalui media.

Komunikasi massa tidak hanya sebagai informasi, komunikasi massa juga sebagian dari keterampilan, sebagian dari seni, dan sebagian dari ilmu. Sebagian keterampilan yaitu bagaimana komunikasi massa dapat dipelajari dengan mudah yang meliputi teknik-teknik tertentu. Komunikasi massa Sebagai seni yaitu yang didalamnya terdapat tantangan-tantangan kreatif dalam menyusun sebuah informasi. Komunikasi massa sebagai ilmu yaitu terdapat prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik, pengertian tersebut dikemukakan oleh Severin dan Tankard, Jr (Winarni, 2003:6).

Komunikasi massa dapat berjalan jika ada media massa, media massa yang dimaksud berupa media massa cetak (surat kabar, majalah) dan media massa elektronik (radio, televisi) diproduksi secara massal yang terdapat pesan tertentu yang akan disebarluaskan kepada seluruh penerima pesan, luas berarti jangkauan yang tidak ada batasnya, baik individu yang saling kenal atau individu-individu yang asing satu sama lain, Menurut Jay Black dan Frederick C (Nurudin, 2004: 12).

Berdasarkan pengertian komunikasi massa menurut para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa modern baik berupa cetak (surat kabar, majalah) maupun elektronik (televisi, radio) dalam

penyampaian informasi yang ditujukan kepada khalayak heterogen dan anonim, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak.

1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa itu sendiri terdapat sebuah fungsi yang mana dikemukakan oleh Harold D. Lasswell yaitu memberi informasi, mendidik, dan mengibur. Lalu menurut Wright fungsi komunikasi massa sebagai berikut (Winarni, 2003: 44-47) :

1) Surveillance atau Pengawasan

Pengawasan terhadap apa yang terjadi dilingkungan. Komunikasi akan menyelidiki kepada masyarakat luas dan mencari informasi sebanyak-banyaknya dengan jelas dan benar lalu menyebarluaskan kepada khalayak luas. Fungsi ini dimaksud dengan fungsi pemberitaan dan komunikasi massa. Bagi individu dan masyarakat, fungsi pemberitaan ini berperan sebagai peringatan.

2) Correlation atau Kegiatan Menghubungkan

Fungsi ini berperan untuk membantu menggerakkan masyarakat untuk suatu tujuan bersama.

3) Transmisi

Fungsi pewaris budaya atau fungsi pendidikan dari komunikasi massa ini berperan meningkatkan keutuhan sosial dan mengurangi ketidakpastian di tengah masyarakat.

4) Entertainment atau hiburan

Fungsi ini sebagai sarana melepas lelah baik bagi individu maupun masyarakat.

1.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa terdapat juga ciri-ciri khusus seperti yang dikatakan oleh Severin dan Tankard Jr. Yang dikutip pada buku Suprpto (2006, 13-14), dikaitkan dengan pendapat Devito, maka komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya, ciri-ciri sebagai berikut:

1) Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi yang berlangsung tanpa mengharapkan atau tidak adanya *feedback* yang akan timbul setelah komunikasi berlangsung.

2) Komunikator pada komunikasi massa melembaga

Informasi yang disampaikan melalui media massa untuk kepentingan lembaga itu sendiri. Seorang yang menyampaikan pesan dalam media massa bertindak atas nama lembaga.

3) Pesan-pesan bersifat umum

Pesan-pesan yang disampaikan dengan melalui media massa yang berbentuk umum untuk orang banyak.

4) Melahirkan Keserempakan

Komunikasi yang dapat menginformasikan suatu pesan dengan cara mendengarkannya secara bersama-sama. Seperti informasi

yang di sampaikan melalui televisi, pada saat itu juga secara bersama-sama mendapatkan informasi tersebut dengan waktu bersamaan.

5) Komunikasikan

Komunikasikan sebelum menyebarluaskan informasi harus membuat ide atau informasi yang akan disampaikan dengan sebenar-benarnya dan siap atau layak untuk disebarluaskan.

2. Media Massa

2.1 Pengertian Media Massa

Association for Educational Communication and Technology (AECT, 1977) yang dikutip Sadiman (2005:6) mengemukakan tentang media yaitu: dimana media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Disamping sebagai sistem penyampaian atau pengantar, media sering disebut dengan kata Mediator, dengan istilah mediator media menunjukan fungsi atau perannya yaitu mengatur hubungan yang efektif antara dua belah pihak utama dalam proses belajar siswa dan pelajaran. Media massa memiliki 2 jenis, yaitu: media cetak seperti surat kabar dan majalah, termasuk buku-buku dan media elektronik seperti radio, televisi, termasuk internet. Dalam kehidupan masyarakat, keberadaan media massa tidak dapat dianggap remeh, karena media massa

berkaitan dengan komponen yang ada di masyarakat dan media massa menjadi bagian dari suatu sistem masyarakat seutuhnya.

Dari pendapat diatas dapat diketahui bahwa masyarakat bergantung pada media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Menurut Sumadiria (2005:32) fungsi utama dari media massa adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan informasi yang sebenar- benarnya secara akurat, faktual, menarik, berbentuk utuh, berimbang, relevan, dan bermanfaat. Sehingga informasi yang disebarluaskan media massa tidak menjerumuskan masyarakat.

2.2 Karakteristik Media Massa

Karakteristik media massa yaitu media yang diberikan kepada khalayak umum sebagai sasarannya, hubungan satu arah antara komunikator dan komunikan secara personal dan tidak ada timbal balik diantaranya, terjadi hubungan yang bersamaan dengan banyak orang yang terpisah satu sama lain, struktur oeganisasi yang jelas dan isi yang disampaikan mengenai kepentingan umum.

Dalam buku Winarni (2003:8-12) ada sifat komunikasi massa, sebagai berikut:

1) Komunikator Terlembagakan

Pemilikan media massa bersifat lembaga, yayasan, organisasi usaha yang mempunyai struktur dan penjabaran tugas, fungsi-fungsi serta misi tertentu.

2) Pesan Bersifat Umum

Pesan komunikasi massa bersifat umum, universal, yaitu tentang berbagai hal yang terjadi disekitar kita baik pada lingkup lokal, nasional, maupun internasional, yang patut diketahui masyarakat.

3) Komunikan anonim dan heterogen

Komunikasi dalam suatu komunikasi adalah khalayak yang bersifat heterogen dalam segi demografis, segi geografis, dan segi psikologis. Sedangkan komunikan bersifat anonim, dimana jumlah keanggotaan komunikan sangat besar, namun pada suatu waktu dan mungkin tempat yang relatif sama mereka memperoleh jenis pesan yang sama dari media massa tertentu.

4) Media massa menimbulkan keserampakan

Keserampakan ini diartikan sebagai keserampakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5) Mengutamakan unsur isi daripada hubungan

Dalam komunikasi massa unsur istilah yang terpenting. Karena pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu

dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan. Jadi dalam komunikasi massa, yang menentukan efektivitas adalah apanya.

6) Bersifat satu arah

Komunikator aktif menyampaikan pesan, sedangkan komunikan aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya yang terjadi dalam komunikasi antarpersonal.

7) Stimuli alat indra terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indera bergantung pada jenis media massa.

8) Umpan balik tertunda

Umpan balik pada komunikasi massa bersifat tidak langsung (*indirect feedback*).

2.3 Efek Media Massa

Menurut Steven M. Chaffe (Winarni, 2003: 122-123) efek media massa memiliki beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku. Berikut efek media massa:

1) Efek media massa berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri

(1). Efek Ekonomis

Efek media massa yang hadir ditengan kehidupan masyarakat yang dapat membentuk berbagai usaha produksi, distribusi, dan konsumsi jasa media massa.

(2). Efek Sosial

Efek sosial yaitu efek media massa yang berkaitan dengan perubahan interaksi sosial sebagai akibat dari kehadiran media massa.

(3). Penjadwalan Kegiatan Sehari-hari

Efek media massa yang membentuk suatu agenda pada setiap harinya. misalnya di luar negeri orang sebelum pergi keluar rumah mereka akan lebih dahulu melihat siaran berita atau perkiraan cuaca.

(4). Efek Pada Penyaluran/Penghilang Perasa Tertentu

Orang menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhan psikologisnya dengan tujuan menghilangkan perasaan tidak nyaman, misalnya untuk menghilangkan perasaan kesepian, marah, kesal, kecewa dan sebagainya.

(5). Efek Pada Perasaan Orang Terhadap Media

Kehadiran media massa tidak hanya dapat menghilangkan perasaan tertentu pada khalayaknya, melainkan juga dapat menumbuhkan perasaan tertentu khalayak terhadap media

massa. Baik perasaan negatif stsupun positif. Terkadang kita lebih percaya pada siaran berita media televisi tertentu dan meragukan televisi lainnya.

2) Melihat perubahan yang terjadi pada diri khalayak

(1). Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif ini membahas bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media adalah realitas yang sudah diseleksi.

(2). Efek Afektif

Efek afektif yaitu komunikasi massa bertujuan untuk tidak hanya memberitahu khalayak tentang suatu informasi, melainkan dapat merasakan, seperti ikut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah setelah menerima pesan dari media massa. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan dari media massa adalah sebagai berikut:

a) Suasana Emosional

Perasaan seseorang yang dipengaruhi oleh sebuah film atau sinetron televisi yang berdampak pada situasi emosional individu setelah menontonnya.

b) Skema Kognitif

Skema kognitif merupakan alur peristiwa yang dijelaskan dalam naskah yang ada didalam individu.

c) Suasana Terpaan

Suatu perasaan yang timbul pada seseorang setelah menerima dan diterpaan informasi dari media massa.

d) Predisposisi Individual

Predisposisi individual mengacu pada karakteristik individu. Individu yang melankolis cenderung menghadapi tragedi lebih emosional daripada orang yang periang. Orang yang periang dan mempunyai sifat terbuka cenderung akan lebih senang bila melihat adegan-adegan lucu daripada orang melankolis.

e) Faktor Identifikasi

Menunjukkan sejauh mana seseorang dapat merasakan keterlibatan dengan tokoh yang ditonjolkan dalam media massa. Penonton, pembaca, pendengar akan menempatkan dirinya di posisi tokoh.

(3). Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan timbulnya bentuk tindakan atau kegiatan pada diri khalayak.

3. Komunikasi Politik

3.1 Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik sebagai salah bidang kajian komunikasi, selalu menjadi fenomena yang senantiasa aktual untuk didiskusikan, terlebih di tahun politik seperti sekarang ini. Politik menjadi hal yang ramai dibicarakan, bahkan tidak hanya oleh para politisi, akademisi maupun pengamat saja tetapi kini telah merambah masyarakat umum yang awam politik. Menurut Arifin (2011:235) komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini, dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik.

Pengertian komunikasi politik selain dikaji dengan memilah-milah setiap komponen yang terlibat, juga harus ditelaah dengan melihat kaitan antara komponen yang satu dengan komponen yang lain secara fungsional, dimana terdapat tujuan yang jelas yang akan dicapai. Komunikasi politik harus intentionally persuasive, dalam artian sengaja dibuat sedemikian rupa agar dapat meyakinkan khalayak.

Faktor tujuan dalam komunikasi politik itu, jelas tampak pula pada definisi yang disampaikan oleh Lord Windlesham dalam Arifin (2011:239), menjelaskan sebagai berikut:

Komunikasi politik adalah penyampaian pesan politik yang sengaja dilakukan oleh seorang politikus kepada masyarakat dengan tujuan dapat membuat masyarakat berperilaku tertentu sesuai yang diinginkan.

3.2 Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik

Komunikasi politik memiliki beberapa bentuk yang dilakukan oleh komunikator politik untuk mencapai tujuan politiknya (Arifin, 2011: 65-98) yaitu:

- 1) Retorika, digunakan dalam komunikasi di ruang sidang pengadilan seperti perdebatan-perdebatan pendapat untuk saling mempengaruhi sehingga bersifat kegiatan antarpersona. Kegiatan tersebut menjadi kegiatan komunikasi massa yaitu berpidato kepada khalayak seperti kegiatan debat dengan cara berpidato di depan khalayak umum yang dilakukan oleh calon presiden sebelum Pilpres berlangsung.
- 2) Agitasi Politik, untuk mengikutsertakan dan membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan membangkitkan emosi khalayak.

- 3) Propaganda, pesan yang ditujukan untuk mempengaruhi pendapat suatu masyarakat, atau kelompok masyarakat.
- 4) Public Relations (PR) Politics, membuat hubungan dengan masyarakat dan menjalin hubungan timbal balik secara rasional.
- 5) Kampanye Politik, adalah kegiatan dalam berpolitik yang berbentuk komunikasi massa yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat atau pemilih.
- 6) Lobi Politik, kesepakatan bersama yang dibicarakan bersama-sama oleh kader politik tentang kekuasaan, pengaruh, otoritas, konflik dan consensus, melalui pembicaraan formal dalam rapat atau sidang yang menghasilkan keputusan bersama.
- 7) Lewat Media Massa, pesan politik untuk khalayak luas untuk mendapatkan pengaruh, membentuk dan merubah opini public atau dukungan serta citra politik.

4. Televisi

4.1 Pengertian Televisi

Televisi adalah media massa elektronik yang sangat banyak dimiliki oleh masyarakat, karena televisi dapat menampilkan suara dan gambar yang lebih dimengerti oleh banyak orang. Banyak kelebihan yang tidak dimiliki oleh media massa yang lainnya. Ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa yaitu berlangsung satu arah,

komunikatornya terlembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan kerempakan, dan komunikatornya heterogen (Effendy, 2005: 21).

Televisi, dapat menjalankan fungsi dengan efektif karena sangat komunikatif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Hal tersebut merupakan keunggulan dari televisi. Fungsi dari televisi antara lain yaitu sebagai media hiburan, pendidikan, dan kebudayaan.

Menurut Peter Hwerford, setiap televisi dapat menayangkan berbagai jenis program hiburan seperti film, musik, kuis, *talkshow*, dan sebagainya, tetapi siaran berita merupakan program yang mengidentifikasi suatu stasiun TV kepada pemirsanya Program berita menjadi identitas khusus atau identitas lokal yang dimiliki suatu stasiun TV (Morissan, 2005:2).

4.2 Karakteristik Televisi

Menurut Badjuri, 2010 : 39-40, karakteristik televisi sebagai berikut:

1) Megutamakan Gambar

Hal yang tidak dimiliki oleh media massa lain yaitu keutamaan gambar yang dapat bergerak yang didukung narasi yang dapat dimengerti oleh khalayak luas.

2) Mengutamakan Kecepatan

Selain gambar televisi juga mengutamakan kecepatan. Karena pada media cetak deadline berita yang harus di munculkan yaitu selama 1x24 jam, sedangkan deadline televisi dapat setiap hari dan langsung disebarkan kepada khalayak luas pada saat itu juga. Karena kecepatan menjadi salah satu unsure yang mejadikan berita televisi bernilai.

3) Bersifat Sekilas

Televisi terbatas dengan durasi waktu sehingga berita yang ditayangkan cenderung bersifat sekilas.

4) Bersifat Satu Arah

Televisi bersifat satu arah, penonton tidak bisa memberi respon pada saat itu juga pada tayangan televisi yang ditayangkan, kecuali pada beberapa program interaktif.

5) Daya Jangkau Luas

Televisi dapat menjangkau luas kesegala lapisan masyarakat, dengan berbagai latar belakang sosial-ekonomi.

4.3 Kelebihan dan Kelemahan Televisi

Sebagai media massa yang tumbuh belakangan dan merupakan konvergensi dari media radio, surat kabar, industri music, pertunjukan panggung, dan sebagainya, televisi memiliki kekuatan yang sangat besar disbanding jenis media lainnya. Kemampuan televisi mendominasi media lain karena media ini mempunyai sejumlah

kelebihan, antara lain sebagai berikut menurut (Badjuri, 2010 : 17-19):

1) Bersifat Dengar Pandang

Televisi dapat dilihat berupa gambar yang dapat bergerak dan dapat mengeluarkan suara secara bersamaan dengan gambar.

2) Menghadirkan Realitas Sosial

Televisi dapat menampilkan gambar sehingga memiliki kemampuan menghadirkan realitas sosial seolah-olah seperti penonton dapat merasakan pada kenyataan. Karena televisi menggunakan teknologi kamera untuk merekam realitas sebagaimana aslinya.

3) Simultaneous

Kemampuan lain yang dimiliki televisi adalah menyampaikan segala sesuatu informasi kepada khalayak luas dengan cara serempak bersama-sama, sehingga mampu menyampaikan informasi kepada banyak orang yang tersebar diberbagai tempat dalam waktu yang sama persis.

4) Memberi Rasa Intim atau Kedekatan

Tayangan program televisi disajikan dengan pendekatan terhadap khalayak. Sehingga dapat memberikan sapaan yang terkesan dekat.

5) Menghibur

Kelebihan televisi yang terbesar adalah dapat menghibur para penontonnya, yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya.

Selain beberapa kelebihan yang dimiliki, media televisi juga mengandung kelemahan yang kurang menguntungkan bagi pengguna. Jenis-jenis kelemahan tersebut antara lain sebagai berikut menurut (Badjuri, 2010 : 17- 19).:

1) Menentukan Kelompok yang Dituju

Karena sifat siaran televisi simultaneous, maka setiap kali penayangan sebuah program langsung dapat diakses oleh berbagai kalangan. Sejauh ini belum ada system yang dapat mengendalikan siaran televisi agar bisa diakses oleh target sasaran tertentu saja.

2) Cenderung Mengabaikan Isu-isu Mendalam

Menyadari bahwa setiap program secara otomatis akan diikuti oleh berbagai kalangan, maka dalam proses produksi pihak produser selalu mempertimbangkan aspek kemudahan untuk dicerna. Meskipun isu yang diangkat sangat serius, seperti masalah cloning tetapi penyajiannya harus mudah dipahami oleh khlayak.

3) Kurang Berkesinambungan

Secara umum tayangan program di televisi jarang memperhatikan aspek kesinambungan antara program satu dengan yang lainnya. Untuk dapat mengikuti sebuah tayangan televisi, khlayak tidak dipersyaratkan mengikuti program yang ditayangkan sebelumnya.

4) Impersonal

Kelemahan media televisi adalah disifatnya yang impersonal sehingga proses komunikasi sesungguhnya berlangsung secara tidak alami. Sifat demikian itu tidak sesuai dengan praktik penyelenggaraan pendidikan yang baik.

5) Biaya Tinggi

Meskipun teknologi komunikasi sudah berhasil menyederhanakan perangkat kerja produk televisi, namun biaya yang harus dikeluarkan untuk penyelenggaraan program-program pendidikan melalui televisi tetap saja tinggi.

6) Persaingan Antar Televisi

Keberadaan media televisi harus diakui sebagai suatu kemajuan dibidang komunikasi. Persaingan antar stasiun televisipun semakin ketat. Demi menjaga eksistensi masing-masing, lahirlah kelompok-kelompok televisi swasta dalam rangka mempertahankan hidupnya.

5. Terpaan Berita di Televisi

Pada dewasa ini media massa dapat memberikan pengaruh kepada khalayak luas, dengan adanya pemberitaan-pemberitaan yang dibuat oleh para jurnalis baik media online maupun cetak. Hasil yang diharapkan oleh redaksi dari tayangan berita, pada dasarnya bertujuan untuk menginformasi dan merubah sikap dari khalayak yang mengkonsumsi

berita tersebut. Sikap yang dimaksud yaitu membuat seseorang bisa meneliti rasa suka dan tidak suka, penilaian senang dan tidak senang terhadap objek, orang, situasi, dan mungkin aspek-aspek lainnya. Banyak khalayak yang selalu percaya dengan adanya informasi-informasi yang tersebar luas dengan mudah, akan tetapi seseorang itu juga harus terbuka dengan pesan-pesan yang muncul itu. *Exposure* merupakan kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan pada media massa atau mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut (Kriyantono, 2008:209).

Berita yang disampaikan di televisi tidak selamanya dapat merubah sikap masyarakat menjadi positif, seperti halnya pada pemberitaan korupsi yang terus menerus diberitakan agar masyarakat menjadi semakin kritis dan jeli terhadap informasi, namun pada kenyataannya terlalu sering pemberitaan ini, pemerintah yang berbelarut-larut dan tidak jelasnya penanganan permasalahan, membuat masyarakat menjadi apatis, pemberitaan negatif yang muncul bukan lagi menjadi penyelamat bangsa, akan tetapi pemberitaan yang memunculkan sikap bahwa ini merupakan pemberitaan yang lumrah.

Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan (*longevity*). *Media Exposure* menurut Jalaluddin Rakhmat (2009:14) diartikan sebagai terpaan media. Media exposure dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menyaksikan

televisi, film, membaca majalah atau surat kabar maupun mendengarkan radio. Selain itu, terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi dari individu.

Media exposure diukur dengan frekuensi dan intensitas terpaan media karena *audience* yang dengan sungguh memberikan perhatian besar, *audience* juga memberikan pemikiran dan perasaannya yang lebih serius terhadap isi pesan sehingga akan menimbulkan pengaruh *exposure* lebih besar. Berbeda dengan *audience* yang memiliki frekuensi lebih tinggi tetapi tidak memiliki kesungguhan. Media Exposure terjadi apabila *audience* bersungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan yang disampaikan media.

Dari penjelasan di atas hal tersebut dapat diketahui bahwa isi pesan media dapat diterima *audience* dan dapat menghasilkan suatu tindakan yang berbeda-beda. Apabila isi pesan media dapat membuat *audience* untuk melakukan suatu tindakan, maka *audience* secara positif telah diterima oleh isi pesan media.

6. Partai Politik

Partai Politik adalah sekelompok manusia yang dikumpulkan oleh kepentingan bersama yang didasari oleh ikatan keyakinan maupun keimanan atau atas dasar ikatan kelahiran yang mengharuskan manusia berkumpul atasnya dan mendukungnya. Menurut Miriam Budiardjo, Partai Politik secara umum dikatakan sebagai suatu kelompok yang anggotanya

mempunyai persamaan, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Dengan tujuan untuk memperoleh kekuasaan politik yang sesuai dengan aturan hukum Negara untuk melaksanakan programnya.

Partai politik tidaklah tumbuh secara otomatis, melainkan melalui tahapantahapan perkembangan yang menentukan. Menurut Luky Sandra Amalia dan kawan-kawan (2017: V) dalam bukunya yang berjudul “Partai dan Sistem Kepartaian Era Reformasi” pentingnya kedudukan parpol, sehingga sering dikatakan, tidak ada demokrasi tanpa kehadiran perpol didalamnya. Partai politik terlahir untuk mewujudkan suatu gagasan bahwa rakyat merupakan faktor yang perlu diikuti sertakan dalam proses politik. Melalui partai politik inilah rakyat turut berpartisipasi dalam hal memperjuangkan dan menyalurkan aspirasi-aspirasinya atau kepentingan-kepentingannya. Dengan demikian, proses artikulasi kepentingan tersalurkan melalui partai politik. Berangkat dari anggapan bahwa dengan membentuk wadah organisasi partai politik bisa menyatukan orang-orang yang mempunyai pikiran serupa sehingga pikiran dan orientasi mereka bisa dikonsolidasikan. Dengan begitu pengaruh mereka bisa lebih besar dalam pembuatan dan pelaksanaan keputusan (Budiardjo, 2008: 403).

7. Elektabilitas

Elektabilitas adalah ketertarikan seseorang dalam memilih atau dengan arti lain adalah tingkatan keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Elektabilitas bisa diterapkan kepada barang, jasa maupun

orang, badan atau partai. Elektabilitas sering dibicarakan menjelang pemilihan umum. Istilah popularitas dan elektabilitas dalam masyarakat memang sering disamaartikan, padahal keduanya mempunyai makna dan konotasi yang berbeda meskipun keduanya mempunyai kedekatan dan korelasi yang besar. Elektabilitas partai politik berarti partai tersebut memiliki daya pilih yang tinggi.

Daya pilih politik yang tinggi disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih. Menurut Bambang Cipto (1999) dalam Indra Ismawan (1999:23) proses pengambilan keputusan dalam memilih dapat diperkirakan diukur dengan tolak ukur tradisional yang meliputi tiga aspek yaitu: (a) identitas partai (b) isu-isu seputar partai, (c) kepribadian, gaya hidup, dan performa partai. Arti lain untuk meningkatkan elektabilitas, maka objek harus memenuhi kriteria keterpilihan yaitu dan populer, menarik, dan juga dibutuhkan oleh masyarakat.

Kata elektabilitas umumnya muncul berkaitan dengan pemilu, pilkada atau pilpres, seperti dulu waktu jelang pemilu 2014 dan pada beberapa daerah di Indonesia yang sedang mengadakan Pilkada. Kata Elektabilitas bisa dikaitkan dengan sosok yang akan dipilih atau nama partai peserta pemilu. Elektabilitas dijadikan tolak ukur utama suatu keberhasilan, orang atau instansi yang berkualitas tetapi tidak berada dalam lingkaran kekuasaan pun menjadi tersisih. Sebaliknya, mereka yang berada dalam posisi pusat perhatian akan menjadi rebutan. Kondisi ini

disuburkan oleh kondisi dan karakteristik masyarakat Indonesia yang sebagian besar belum sadar politik dan berpendidikan rendah serta rendahnya partisipasi politik masyarakat. Citra politik dapat meningkatkan elektabilitas. Dengan adanya citra politik maka dapat membentuk pendapat umum, karena pendapat umum politik terjadi dan terbangun dengan adanya citra politik. Pencitraan politik dilakukan untuk memperluas dukungan dan harapan antara kandidat dengan pemilih.

Elektabilitas Golkar dari tahun ke tahun tidak konsisten adakalanya naik dan turun. Elektabilitas Golkar pada pemilu tahun 2014 mencapai 14,75 persen. Sejak tahun 1977 partai Golkar selalu menjadi pemenang dalam pemilihan umum dengan meraih 62,11 persen suara. Lalu pada tahun 1982 suara Golkar naik menjadi 64,34 suara, meskipun gagal merebut kemenangan dari Aceh. Tahun 1987 suara Golkar naik lagi menjadi 73,16 persen. Di tahun 1992 Golkar memiliki suara 68,10 persen, turun dari tahun-tahun sebelumnya. Sampai tahun 1997 elektabilitas Golkar naik lagi menjadi 74,51 persen. Sampai tahun 2004 Golkar masih menjadi urutan nomor 1 dengan memperoleh 21,62 persen. Pada 2009 menjadi urutan nomor 2, karena dikalahkan oleh Partai Demokrat, sehingga Golkar memiliki 19,26 persen. Sampai tahun 2014 elektabilitas Golkar mencapai 14,74 persen (partaigolkar.or.id).

8. Pemilihan Umum

8.1 Pengertian Pemilihan Umum

Dalam negara yang menganut demokrasi sebagai sistem politiknya, ada beberapa pilar yang harus ditegakkan, diantaranya adalah lembaga-lembaga politik yang terlahir dalam partai-partai politik dan adanya rekrutmen politik yang terwujud dalam pemilihan umum. Pemilihan Umum adalah memilih seorang penguasa, pejabat atau lainnya dengan jalan menuliskan nama yang dipilih dalam secarik kertas atau dengan memberikan suaranya dalam pemilihan. Pemilu diselenggarakan dengan tujuan untuk memilih para pemimpin pemerintahan, serta untuk membentuk pemerintahan yang demokratis, kuat, dan memperoleh dukungan rakyat dalam rangka mewujudkan tujuan nasional yang sesuai dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Menurut Pradhanawati (2005: 85) kata kunci dari pemilu langsung oleh rakyat adalah kedaulatan rakyat. Dengan demikian demokrasi tidak diragukan lagi yaitu representasi yang sesungguhnya dari kedaulatan rakyat itu sendiri. Dalam sebuah negara demokrasi rakyat mempunyai peran penting untuk merealisasi keikutsertaan tersebut, maka negara menyelenggarakan pemilihan umum sebagai salah satu bentuk keikutsertaan masyarakat dalam berdemokrasi di suatu negara. Pemilihan secara langsung oleh rakyat merupakan sarana perwujudan kedaulatan rakyat

untuk menghasilkan pemerintahan negara yang sesuai berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Dimana pemilihnya adalah warga Negara Indonesia sendiri. Pemilihan Umum di Indonesia menganut cara langsung, umum, bebas, dan rahasia. Kemudian berkembang lagi menjadi Pemilu yang jujur dan adil. Jujur artinya pemilu harus dilakukan sesuai dengan aturan untuk memastikan bahwa setiap warga negara memilih dengan sesuai kehendaknya. Adil dalam artian tanpa ada pengistimewaan terhadap peserta atau pemilih tertentu.

Pemilihan umum tidak akan berjalan dengan lancar jika masyarakat tidak ikut serta dalam pemilihan umum tersebut. Di KPU Kabupaten Mojokerto pada tahun 2014 terdapat 808.573 jiwa yang terdaftar sebagai pemilih (KPU Kabupaten Mojokerto). Pemilih pemula adalah mereka yang berusia 17-21 tahunan sudah terdaftar di Daftar Pemilih Tetap yang pertama kalinya akan berpartisipasi dalam Pemilu. Para pemilih adalah *voters* yang mempunyai tanggung jawab, kesadaran, rasionalitas, dan kemampuan kontrol yang kritis terhadap kandidat Pemilu.

Dalam pemilu, di mana para peserta Pemilu menawarkan janji-janji dan program-programnya pada masa kampanye. Kampanye dilakukan selama di waktu yang telah ditentukan menjelang hari pemungutan suara. Setelah pemungutan suara dilakukan, proses penghitungan dimulai. Pemenangan Pemilu ditentukan oleh aturan main atau sistem penentuan pemenang yang sebelumnya telah ditetapkan dan disetujui oleh para

peserta, dan disosialisasikan ke para pemilih. Proses pemilihan umum merupakan bagian dari demokrasi.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa pemilihan umum adalah proses pemilihan atau penentuan sikap yang dilakukan oleh suatu masyarakat untuk memilih penguasa ataupun pejabat politik untuk memimpin suatu Negara yang juga diselenggarakan oleh Negara.

8.2 Tujuan dan Fungsi Pemilihan Umum

1). Tujuan Pemilu

Pemilihan Umum Menurut Prihatmoko (2003:19) pemilu dalam pelaksanaannya memiliki tiga tujuan yaitu:

- (1) Untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan.
- (2) Pemilu sebagai penyelesaian konflik kepentingan dari masyarakat kepada pemimpin pemerintahan melalui wakil wakil yang terpilih oleh masyarakat itu sendiri, sehingga masyarakat tetap terjamin.
- (3) Pemilu sebagai dukungan rakyat terhadap Negara dan pemerintahan dengan jalan ikut serta dalam proses politik
- (4). Pemilu diselenggarakan untuk memilih pemimpin pemerintahan yang sesuai berdasarkan UUD dan Pancasila

2). Fungsi Pemilihan Umum

Menurut C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil Fungsi Pemilihan Umum sebagai alat demokrasi yang digunakan untuk :

- (1) Mempertahankan dan mengembangkan demokrasi di Indonesia sesuai UUD dan Pancasila.
- (2) Agar masyarakat mendapat keadilan dan kemakmuran berdasarkan Pancasila (Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia).
- (3) Menegakkan Pancasila dan dipertahankannya UUD 1945.

9. Peran Media Massa Dalam Pemilu

Dalam dunia politik keterlibatan media massa yaitu berkaitan dengan penyampaian pesan, baik yang bersifat riil maupun simbolik, dari lembaga politik kepada masyarakat yang lebih luas. Media dalam hal ini dapat berupa TV, radio, majalah, dan koran. Digunakannya media massa untuk menginformasikan secara terbuka ide, pesan, dan program kerja politik kepada khalayak luas. Dengan adanya media pesan dapat tersampaikan kepada masyarakat luas dengan biaya relatif sangat murah.

Media massa sangat efektif dalam menyampaikan pesan politik sehingga menjadikan sebagai ajang baru untuk pertempuran politik. Dengan adanya media massa dapat diharapkan membentuk opini publik sesuai dengan yang diharapkan. Kemajuan teknologi dapat menjadikan perang media pada saat ini dalam dunia politik, karena dunia politik tidak dapat dipisahkan dari media massa. Dengan suatu media massa untuk melancarkan pesan politik yang ingin disampaikan.

Menurut Henry Subiakto (2012: 179) ada tiga fungsi utama media massa yaitu memberikan informasi, memberikan pendidikan, dan menghibur masyarakat. Masyarakat dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan belajar tentang perkembangan penting dalam berbagai aspek kehidupan dengan menggunakan media. Tugas utama media massa dalam sistem sosial adalah mendidik melalui informasi. dengan adanya mediamassa dapat memperkuat dan mendukung khalayaknya sebagai warga Negara yang berperan didalam proses demokrasi, maka semakin baik juga media itu. Dalam pelaksanaan pemilu, media massa mempunyai peran yaitu sebagai berikut:

- 1) Media massa sebagai sosialisasi pemilu

Media massa memberikan kebutuhan akan informasi untuk masyarakat, termasuk dalam sosialisasi pemilu. Dengan adanya media massa diharapkan dapat memberika pemberitaan berkaitan dengan pemilu dan tata cara dalam pemilihan pemilihan umum.

2) Media massa mengawasi jalannya pemilu

Dalam pelaksanaan pemilu, banyak sekali persoalan yang terjadi didalamnya. Untuk mengatasi kekhawatiran dan ketidakpercayaan terhadap lembaga pelaksana, maka media massa mengawasi proses berjalannya pemilu, sehingga tidak ada prasangka-prasangka yang diujung-ujungnya bisa memunculkan banyak masalah, yang akan menyebabkan penolakan hasil pemilu. Dan apabila itu terjadi keadaannya akan begitu rumit.

10. Sejarah Golkar

Perjalanan politik Indonesia sejak jaman orde baru hingga sekarang tidak dapat dilepaskan dari peran Golkar yang dikenal sebagai kelompok atau golongan yang berkuasa pada era orde baru. Pasca orde baru, Golkar telah berubah menjadi Partai Golkar bermisi menguatkan citra politik sebagai partai penguasa yang mempunyai bargaining position dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah. Partai Golkar sebagai partai senior dan berbagai perannya yang telah diraih, menjadikan Partai Golkar selalu menarik sebagai tempat untuk meniti karir politik nasional. Pemilihan Ketua Umum Partai Golkar pasca orde baru, selalu diramaikan oleh persaingan para calon. Inilah Partai Golkar dengan segala dinamika politiknya.

Partai Golongan Karya atau lebih dikenal Partai Golkar dalam perjalanan politiknya sudah berjalan cukup lama, terbukti Partai Golkar

adalah salah satu partai yang sudah berdiri dan mengikuti pemilihan umum dari awal pemilihan yaitu dalam Pemilu 1971 (Pemilu pertama dalam pemerintahan Orde Baru Presiden Soeharto). Berdasarkan data yang diperoleh melalui situs resmi Partai Golkar, menyatakan bahwa pada pemilu pertama Partai Golkar sukses besar dan berhasil menang dengan 34.348.673 suara atau 62,79% dari total perolehan suara (partaigolkar.or.id). Perolehan suaranya pun cukup merata di seluruh Provinsi. Sampai pada saat ini Partai Golkar masih berada dalam susunan Partai Politik yang dianggap masih berkompeten dan berhasil menciptakan para tokoh politik yang menjadikan Partai Golkar sebagai dasar dalam proses peningkatan etika politik di Indonesia.

Hal diatas diperkuat data dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Pusat (KPU) tahun 2009, tercatat sejak tahun 1971 sampai dengan tahun 2009 total sebanyak 72,7% dan politisi yang ada di Indonesia adalah Politisi yang menjadikan visi Golkar sebagai dasar peningkatan politik di Indonesia, dan sebanyak 35,8% politisi keluaran partai Golkar sebagai dasar utama untuk meningkatkan etika politik kader di Indonesia. Hal tersebut mengindikasikan program dari Partai Golkar sangat berpengaruh dalam peningkatan etika politik di Indonesia (partaigolkar.or.id).

B. KERANGKA TEORI

TEORI EFEK MEDIA

Dalam penelitian, landasan pemikiran dalam setiap penelitian sangat dibutuhkan, maka dari itu teori menjadi bagian yang sangat penting. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi massa untuk mengetahui respon responden setelah mendapat terpaan berita kasus korupsi ketua umum Golkar Setya Novanto pada kasus proyek pengadaan paket penerapan baru kartu tanda penduduk elektronik (e-KTP).

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa *Hypodermic Needle Theory* yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. Istilah lain dari *Hypodermic Needle Theory* adalah teori jarum suntik atau teori peluru. Teori ini terbentuk setelah perang dunia, atau bisa dikatakan teori ini adalah teori yang paling tua. Teori ini menunjukkan permasalahan utamanya adalah media massa berpengaruh kuat menerpa audiensnya secara langsung. Dimana media menjadi peran utama dalam pembentukan opini publik, pasalnya dalam teori ini para pengelola media dianggap lebih pintar dari pada audiens nya. Sehingga audiens dapat dikelabui dengan berbagai bentuk dari apa yang di sebarluaskan kepada audiens (Nurudin, 2011: 166).

Hypodermic Needle Theory sangat berpengaruh kepada audiensnya karena audiensnya yang sangat pasif, sedangkan media sangat aktif dan *powerfull*, sehingga media akan mengenai tepat dengan sasarannya. Berbeda dengan teori *Uses and Gratification* dimana audiens yang aktif untuk

media mana yang harus dipilih, dan bagaimana media menerpa dirinya(Santoso dan Setiansah, 2010: 108). Dalam teori ini media menganggap audiensnya dapat tunduk dengan media, sehingga apa yang diinginkan oleh media dapat terjadi pada audiensnya.

Dalam *Hypodermic Needle Theory* keleluasan media dalam pemberitaan, mampu membuat interpretasi khalayak dengan berbeda-beda dengan frekuensi, intensitas, tingkat ketertarikan dan pemahaman terhadap isi yang disampaikan media. Dengan sangat kuatnya media menerpa audiens, sehingga audiens tidak dapat menghindar atau menolak terpaan tersebut. sebagaimana dengan penjelasan media dapat menerpa audiensnya. informasi atau pesan yang muncul dalam media tidak ada keterkaitannya antara pesan yang disampaikan dengan audiens yang menerimanya. Hal tersebut dapat dilihat bahwa munculnya pemberitaan yang bermuatan negatif maka muncul pula perspektif dari audiensnya, dan sebaliknya jika media memunculkan berita positif maka muncul pula perspektif positif dari audiensnya, sehingga audiens dianggap mempunyai ciri khusus yang dipengaruhi oleh faktor biologis dan lingkungannya dan hanya memiliki sedikit sikap kontrol (Nurudin, 2011:165).

C. HIPOTESIS

Berdasarkan deskripsi dan kerangka berpikir yang dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan *hypothesis* sebagai berikut:

Ha (Hipotesis Kerja) dari rumusan masalah adalah:

Ada pengaruh terpaan berita korupsi ketua umum partai Golkar Setya Novanto di televisi Terhadap Elektabilitas partai Golkar menjelang Pilkada serentak tahun 2018 dan Pemilu tahun 2019.

Ho (Hipotesis Nol) dari rumusan masalah adalah:

Tidak ada pengaruh terpaan berita korupsi ketua umum partai Golkar Setya Novanto di televisi Terhadap Elektabilitas partai Golkar menjelang Pilkada serentak tahun 2018 dan Pemilu tahun 2019.

